

ABSTRAK

Pesatnya *e-commerce* di Indonesia memicu maraknya *dark patterns*, yaitu rekayasa desain antarmuka (UI/UX) yang memanipulasi psikologi konsumen demi keuntungan sepihak pelaku usaha. Praktik ini memicu kekosongan hukum (*legal vacuum*) karena UU Perlindungan Konsumen (UUPK) konvensional belum spesifik menjangkau manipulasi digital berbasis algoritma ini. Jenis Penelitian yang digunakan yuridis normatif ini menggunakan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan perbandingan. Data sekunder dianalisis secara kualitatif normatif melalui *legal content analysis* dengan penarikan kesimpulan deduktif. *Dark patterns* seperti *hidden costs* dan *roach motel* merupakan pelanggaran berlapis yang melanggar hak informasi dan kenyamanan (UUPK), penyesatan informasi siber (UU ITE), serta cacat persetujuan data (UU PDP). Pelaku usaha bertanggung jawab secara perdata berbasis *strict liability*, administratif (denda/pencabutan izin), hingga pidana. Penyelesaian sengketa dapat ditempuh via internal, non-litigasi (BPSK/BPKN), atau litigasi melalui Gugatan Perwakilan Kelompok (*Class Action*) yang terbukti lebih efektif. Diperlukan rekonstruksi hukum masa depan (*ius constituendum*) melalui amandemen UUPK atau PP Perlindungan Konsumen Digital berbasis asas *Fairness by Design*. Model ideal ini wajib mengintegrasikan perlindungan preventif berupa kewajiban transparansi digital, standarisasi *ethical UI/UX*, audit algoritma berkala, serta peningkatan literasi konsumen.

Keywords: Deepfake, tindak pidana, Restorative Justice, Perlindungan Hak Korban